

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menyebarkan 106 angket/kuesioner kepada wisatawan yang berkunjung ke destinasi wisata kawasan Curug Cilember dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh *perceived attractiveness* terhadap minat kunjungan ulang wisatawan, maka peneliti memaparkan beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Tanggapan *perceived attractiveness* dari wisatawan yang berkunjung ke destinasi wisata kawasan Curug Cilember secara keseluruhan yang terdiri dari indikator *accomodation, activities, food and beverage, service, safety of activities, cleanliness, uniqueness, cottage, climate, accessibility, availability of public transport, parking facilities and space, general infrastructure, travel information* dan *signs and indicators* mendapatkan penilaian cukup. Indikator *signs and indicators* mendapat penilaian tertinggi. Hal ini didukung di area Curug Cilember wisatawan dengan mudah menemukan petunjuk arah dan juga mudah dipahami. Selain itu wisatawan yang berkunjung ke kawasan Curug Cilember juga didominasi oleh wisatawan asing yang berasal dari Arab, pengelola juga mencantumkan keterangan petunjuk arah dengan bahasa Arab juga agar mudah dipahami oleh wisatawan asal Arab tersebut. Sedangkan indikator yang memiliki penilaian terendah adalah *availability of public trasport*. Hal ini dapat terjadi dikarenakan kondisi akses yang buruk menuju destinasi wisata kawasan Curug Cilember dan berada pada lokasi yang cukup jauh dari jalan umum, terutama tidak tersedianya angkutan umum setidaknya hingga pintu masuk destinasi wisata kawasan Curug Cilember.
2. Minat kunjungan ulang wisatawan kawasan Curug Cilember meliputi *intention to revisit* dan *intention to recommendation* memiliki penilaian cukup. Hal ini menunjukkan bahwa nilai tersebut belum mampu membuat wisatawan sepenuhnya ingin berkunjung kembali ataupun akan merekomendasikan

Curug Cilember kepada teman, kerabat atau keluarga. Skor tertinggi diperoleh dari tanggapan wisatawan mengenai *intention to revisit*, mengacu pada kemungkinan wisatawan untuk berkunjung kembali ke Curug Cilember. Sedangkan skor terendah yaitu *intention to recommendation* yang mengacu pada kemungkinan wisatawan untuk merekomendasikan ataupun mengajak orang lain untuk berkunjung ke Curug Cilember. Hal ini dapat terjadi dikarenakan fasilitas dan keamanan di Curug Cilember masih kurang maksimal serta kurangnya informasi yang tersedia mengenai Curug Cilember bahwa agar dapat mengunjungi seluruh rangkaian curug wisatawan harus mempersiapkan kondisi fisik yang kuat untuk menempuh jarak yang cukup jauh antar curug dengan kondisi jalur yang kurang aman untuk dilalui, selain itu wisatawan ingin mengunjungi destinasi wisata lainnya yang kini kian beragam dan bermunculan khususnya di kawasan Puncak Bogor.

3. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa *perceived attractiveness* secara keseluruhan berpengaruh terhadap minat kunjungan ulang wisatawan.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan temuan yang diperoleh dalam penelitian ini, penulis merekomendasikan hal-hal sebagai berikut guna memberikan masukan bagi pengembangan dan strategi pemasaran pihak KBM Wisata dan Jasa Lingkungan I Perum Perhutani Jawa Barat dan Banten sebagai pengelola Curug Cilember :

1. Wisatawan yang berkunjung ke destinasi wisata kawasan Curug Cilember merasakan pengalaman yang menyenangkan. *Perceived attractiveness* atau persepsi daya tarik wisatawan telah terbukti berpengaruh pada minat kunjungan ulang wisatawan dimasa yang akan datang. Penilaian terhadap *perceived attractiveness* sudah cukup. Oleh karenanya pengelola perlu mempertahankan dan meningkatkan unsur-unsur seperti *accomodation, activities, food and beverage, service, safety of activities, cleanliness, uniqueness, cottage, climate, accessibility, availability of public transport,*

parking facilities and space, general infrastructure, travel information dan signs and indicators

2. Pada *signs and indicators* sebagai indikator dengan penilaian tertinggi, dalam memberikan kemudahan kepada wisatawan pengelola diharapkan melakukan perbaruan terhadap tanda dan petunjuk arah di kawasan Curug Cilember, misalnya dengan ukuran huruf yang lebih besar dan penggunaan warna yang cerah.
3. Pada *availability of public transport* sebagai indikator dengan penilaian terendah, pengelola diharapkan dapat menyediakan transportasi angkutan umum menuju destinasi wisata kawasan Curug Cilember, serta dengan kondisi akses yang buruk menuju destinasi wisata kawasan Curug Cilember diharapkan akses tersebut diperbaiki agar wisatawan dapat dengan mudah menempuh jalan menuju destinasi wisata kawasan Curug Cilember.
4. Minat kunjungan ulang wisatawan di destinasi wisata kawasan Curug Cilember belum sepenuhnya mendapatkan penilaian yang tinggi. Indikator *intention to recommendation* mendapat tanggapan yang lebih rendah dari *intention to revisit* oleh karena itu pengelola destinasi wisata kawasan Curug Cilember perlu memberikan perhatian dalam hal perilaku wisatawan. Perilaku yang mengacu pada faktor penilaian wisatawan yang diberikan terhadap destinasi wisata setelah berkunjung mempengaruhi keinginan wisatawan untuk berkunjung kembali dan menjadikan destinasi wisata kawasan Curug Cilember sebagai pilihan utama mereka dalam memilih destinasi ataupun merekomendasikan dan mengajak orang lain untuk berwisata di destinasi wisata kawasan Curug Cilember.
5. Rekomendasi untuk penelitian selanjutnya, diharapkan dapat meneliti dengan metode yang berbeda dan dengan faktor-faktor lain yang dapat meningkatkan *perceived attractiveness* di destinasi wisata kawasan Curug Cilember.